

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia yang memiliki jumlah penduduk yang cukup besar dan terus bertambah setiap tahunnya, merupakan pasar yang cukup potensial untuk produk-produk pembersih tubuh. Apalagi perkembangan ekonomi Indonesia secara makro dalam akhir tahun belakangan ini tampaknya semakin membaik, yang pada gilirannya akan ikut meningkatkan kesejahteraan dan kesadaran terhadap kebersihan masyarakat meningkat, sehingga secara tidak langsung pengadaan dan pemakaian produk pembersih tubuh akan tumbuh kearah yang lebih tinggi lagi.

Diantara produk pembersih tubuh yang memiliki perkembangan pasar yang cukup pesat akhir-akhir ini adalah shampoo, yang berfungsi sebagai pembersih rambut. Tanda-tandanya terlihat dari konsumen pemakainya yang semakin meluas dan memasyarakat, yang tidak hanya terbatas pada masyarakat perkotaan saja, tetapi masyarakat di pelosok pedesaan kini sudah relatif banyak yang menggunakannya. Pesatnya perkembangan pasar produk ini erat kaitannya dengan era globalisasi saat ini yang ditandai oleh semakin cepatnya perubahan-perubahan yang terjadi di masyarakat. Hal ini tampaknya ikut mempengaruhi kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan. Pada masa lalu masyarakat Indonesia lebih suka menggunakan shampoo alami yang dibuat dan diramu sendiri di rumah, tetapi sekarang masyarakat cenderung lebih menyenangi shampoo hasil industri yang lebih mudah dan praktis penggunaannya. Perubahan-perubahan ini tentunya

menambah semakin prospeknya pasar shampoo di Indonesia. Hal ini terbukti dengan meningkatnya konsumsi shampoo dengan rata-rata pertahunnya mencapai 4,65 %. Pada tahun 1991 konsumsi tersebut baru mencapai 46,3 juta liter, kemudian meningkat hingga mencapai 54,74 juta liter pada tahun 1996 (berdasarkan hasil survey Indocommercial, 1997).

Banyaknya jenis shampoo dengan merek, kemasan, bentuk serta ciri khusus yang berbeda saat ini banyak bermunculan, menyebabkan persaingan produk shampoo antara satu merek dengan merek yang lain semakin ketat. Hal ini tentunya membuat konsumen semakin kritis dan berhati-hati sehingga mereka bertindak selektif dalam memilih shampoo untuk dipakai sebagai pembersih rambut. Dilain pihak, agar dapat bertahan dalam persaingan ini produsen harus senantiasa tanggap terhadap kebutuhan dan keinginan serta selera dari konsumen.

Setiap perusahaan atau badan usaha akan selalu membuat produknya memiliki atribut-atribut yang berbeda dengan produk-produk sejenis yang dihasilkan oleh pesaingnya, dengan tujuan agar produknya memiliki keistimewaan, keunikan dan keunggulan yang dapat menarik perhatian lebih dari konsumen. Hal ini juga berlaku pada produk shampoo, dimana setiap merek pasti memiliki atribut-atribut tertentu yang tidak dimiliki oleh pesaing-pesaingnya.

Masing-masing konsumen memilih atribut yang paling sesuai dengan apa yang konsumen rasakan pada saat memakai atau setelah pemakaian, dimana konsumen akan merasa puas jika apa yang diinginkan dan dibutuhkan sesuai dengan apa yang mereka inginkan, sehingga konsumen akan melakukan pembelian yang berulang-ulang pada produk yang sama.

Produk-produk yang mampu menarik perhatian konsumen serta dapat membuat konsumen setia pada produk tersebut akan menyebabkan produk tersebut dapat bertahan dalam persaingan dengan produk merek lain yang sejenis. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan MarkPlus dan SWA untuk mengetahui produk shampoo yang mempunyai kualitas produk yang diterima oleh konsumen Organics meduduki peringkat ke-1 disusul oleh Pantene, Brisk, Dimension, Sunsilk, Rejoice, dan Clear berturut-turut di peringkat ke 2, 3, 4, 5, 6, 7.

Pada tahun 1998 MarkPlus, MARS, dan SWA membuat survey untuk mengetahui shampoo yang mempunyai pangsa pasar terbesar. Hasil survey menunjukkan Sunsilk mempunyai pangsa pasar terbesar disusul Clear, Pantene, Dimension, Rejoice, Organics, Brisk, Emeron, dan Sari Ayu.

Tabel 1
Pangsa Pasar Merek Shampoo

Merek	% (persen)
Sunsilk	44,5 %
Clear	15,5 %
Pantene	13,9 %
Dimension	7,1 %
Rejoice	5,2 %
Oraganics	4,4 %
Brisk	2,1 %
Emeron	1,9%
Sari Ayu	0,5%

Sumber : Mark Plus, MARS, SWA

Oleh karena itu salah satu kunci keberhasilan dari suatu produk adalah mempunyai kualitas yang baik yang dapat diukur melalui atribut-atribut yang melekat pada produk tersebut. Dalam situasi pasar yang kompetitif, shampoo anti ketombe Clear sebagai pemimpin pasar, sedangkan shampoo anti ketombe Sunsilk merupakan pesaing baru mengenai produk shampoo anti ketombe masing-masing

konsumen mempunyai preferensi dalam memilih produk yang beraneka ragam sebelum melakukan keputusan pembelian. Shampoo anti ketombe Clear dan Sunsilk merupakan sebagian produk personal care dari PT. Unilever Indonesia. Banyak atribut yang ditawarkan oleh masing-masing merek shampoo tersebut. Pada akhirnya penelitian ini ingin mengetahui apakah perbedaan antara satu produk dengan produk lainnya menunjukkan perbedaan tingkat kualitas produk.

1.2. Perumusan Masalah

Shampoo anti ketombe Clear merupakan pemimpin dalam produk shampoo anti ketombe, sedangkan shampoo anti ketombe Sunsilk merupakan pesaing baru yang sedang gencar-gencarnya melakukan promosi saat ini, hal ini membuat konsumen semakin selektif dalam memilih produk tersebut. Kualitas produk dapat digunakan oleh konsumen untuk membandingkan produk yang satu dengan produk yang lain, sehingga permasalahan yang ada dapat dirumuskan sebagai berikut: Apakah terdapat perbedaan kualitas produk antara shampoo anti ketombe merek Sunsilk dan shampoo anti ketombe merek Clear di Surabaya menurut lima tingkatan produk.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan kualitas produk antara produk shampoo anti ketombe Sunsilk dan produk shampoo anti ketombe Clear di Surabaya berdasarkan lima

tingkatan produk. Sehingga dapat diketahui baik keunggulan ataupun kelemahan dari kedua produk shampoo tersebut.

1.4. Manfaat Penelitian

- Bagi Penulis

Memperluas wawasan dan pengetahuan serta untuk mengetahui sejauh mana teori dan materi yang telah dipelajari selama perkuliahan dapat diterapkan dalam keadaan sesungguhnya pada praktek kehidupan nyata.

- Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar pemikiran, dan pengambilan keputusan serta menentukan kebijakan-kebijakan selanjutnya yang dapat digunakan oleh perusahaan.

- Bagi Pihak Lain

Memberikan informasi dan masukan pada pihak lain yang ingin mengadakan penelitian.

1.5. Sistematika Skripsi

Untuk mempermudah pembahasan dalam skripsi ini, maka akan penulis uraikan tiap-tiap bab secara lengkap. Adapun pembahasannya secara terperinci adalah

Bab1 PENDAHULUAN

Bagian yang pertama dari skripsi ini mengantarkan pembaca pada permasalahan yang akan dibahas dalam bab-bab selanjutnya sehingga pembaca mempunyai gambaran yang cukup jelas terhadap apa yang menjadi pokok

permasalahan dalam penulisan ini. Bab ini memberikan penjelasan tentang latar belakang masalah; perumusan masalah; tujuan penelitian; manfaat penelitian; sistematika penulisan skripsi.

Bab2 TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini terdiri dari dua bagian, bagian pertama adalah landasan teori. Di dalam landasan teori ini dikemukakan teori-teori yang mendukung dan menjadi dasar dari penulisan skripsi ini sebagai tuntutan untuk pemecahan masalah dan perumusan hipotesis yang meliputi: pengertian kualitas, kualitas produk, perbedaan kualitas produk, pengertian produk, atribut produk, dan tingkatan produk. Bagian kedua adalah hipotesis dan model analisisnya.

Bab3 METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan mengulas tentang desain penelitian, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, prosedur pengukuran data, prosedur pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik pengumpulan sampel, prosedur penentuan sampel, teknik analisis data, dan prosedur pengujian hipotesis.

Bab4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan secara singkat gambaran umum perusahaan dan memuat hasil penelitian berdasarkan kuisisioner yang telah disebarkan pada responden.

Bab5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian terakhir dari skripsi yang berisi kesimpulan yang ditarik dari hasil pembahasan dan saran yang penulis ajukan untuk membantu pemecahan masalah, sehingga skripsi ini nantinya akan bermanfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan.